

## PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT KHUSUS GIGI DAN MULUT PENDIDIKAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Ni Wayan Eka Damayanti<sup>1</sup> Sri Hartini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Faculty of Public Health Airlangga University  
Indonesia  
*ni.wayan.eka-2021@fkm.unair.ac.id*

---

### ABSTRACT

*This study aims to find out how the influence of promotion (advertising, Sales promotion, and public relations) and service quality (Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness and Assurance) on patient trust (Ability, Benevolence and Integrity) at Hospital Teeth and Mouth Unair. The population in this study were patients who visited RSKGMP Unair. With 100 samples, sampling uses the Slovin formula. The research data collection is in the form of primary data, with questionnaires as research instruments and secondary data in the form of company archives, the data analysis used is using multiple linear regression, determination test, t test and f test with the help of the SPSS program. From the results of data analysis which includes tests of validity, reliability, and multiple linear regression, the results of the t test show the calculation of t count (9.653) > t table (1,984) and sig. (0,000) < 0,05. This means that the Promotion variable has a significant effect on Patient Trust. And the results of the study indicate the calculation of t arithmetic (8.995) > t table (1,984) and sig. (0,000) < 0.05. This means that the Service Quality variable has a significant effect on Patient Trust and based on the simultaneous test it is concluded that promotion and service quality together have a significant effect on patient trust with a large influence of 56.6% at RSKGMP Unair.*

**Keywords:** *Promotion, Service Quality, Patient Trust, Patient, Dental Hospital*

---

### PENDAHULUAN

Rumah sakit sebagai penyedia jasa layanan kesehatan harus dapat berkompetisi dalam era bisnis yang demikian itu. Salah satunya, rumah sakit dapat memberikan layanan kesehatan dengan peralatan yang modern, melihat bahwa segmen pasar bagi rumah sakit adalah seluruh lapisan masyarakat, tidak memandang golongan atau status masyarakat sehingga diharapkan semua masyarakat mendapatkan pelayanan rumah sakit yang memuaskan.

Rumah sakit gigi dan mulut adalah rumah sakit khusus yang menyelenggarakan pelayanan Kesehatan gigi dan mulut dan merupakan sarana pendidikan dan penelitian bagi tenaga Kesehatan gigi tingkat diploma, sarjana, Pendidikan profesi (dokter gigi dan dokter gigi spesialis) serta Pendidikan magister dan doctoral (Departemen Kesehatan RI, 2003).

Rumah sakit mulai makin memperhatikan pasar dan memperhitungkan perubahan yang terjadi pada lingkungan kesehatan eksternal ketika menyusun strateginya. Penelitian pasar penting bagi rumah sakit sebagai sarana mendapatkan informasi tentang hal hal yang sebenarnya dicari pasien ketika mereka membutuhkan layanan rumah sakit, dan mengetahui hal yang membuat pasien puas atau tidak puas terhadap jasa rumah sakit yang diterima (Arifin, 2016:118).

Segmentasi pasar akan membagi pasar ke dalam kelompok pelanggan yang mempunyai persamaan perilaku atau persamaan kebutuhan. Masing masing kelompok akan dipilih sebagai pasar sasaran yang akan dicapai dengan strategi pemasaran yang berbeda. Hal tersebut dilakukan rumah sakit semata mata untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar persepsi pelanggan terhadap rumah sakit semakin baik dan mendapatkan posisi terbaik di benak pelanggan (Wina, 2015:32). Oleh karena itu analisa segmentasi yang terdokumentasi dengan baik sangat dibutuhkan oleh rumah sakit salah satunya adalah melalui promosi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Adanya promosi maka akan sangat membantu rumah sakit, sehingga adanya promosi tersebut diharapkan masyarakat cepat mengetahui jasa yang disediakan rumah sakit. Kotler (2009) menjelaskan promosi sebagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat dan saatnya.

Pelayanan rumah sakit memberikan suatu dorongan kepada pasien, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan rumah sakit. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pasien serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pasien dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pasien yang menyenangkan, dan meminimumkan pengalaman pasien yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu rumah sakit, baik perusahaan profit maupun non profit.

Menurut Parasuraman menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : “*Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*”. Dengan kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan rasa kepercayaan pasien untuk berobat di Rumah Sakit. Menurut Mayer (dalam Sangaji, 2013:2005). faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga, yaitu : Kemampuan (*Ability*) , Kebaikan Hati (*Benevolence*) , Integritas (*Integrity*).

Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan (RSKGMP) Universitas Airlangga (Unair) merupakan rumah sakit Negeri tipe C. RSKGMP resmi dinobatkan sebagai rumah sakit keempat di Indonesia yang mendapatkan akreditasi sebagai RSKGM Pendidikan.

Rumah sakit ini memberi pelayanan kesehatan yang cukup lengkap mulai dari dokter gigi muda (co-ass), dokter gigi umum, dokter gigi spesialis, dan Profesor. Dengan semakin berkembangnya Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan (RSKGMP) Universitas Airlangga (Unair) yang dilakukan dengan cara promosi diberbagai media seharusnya mampu untuk menumbuhkan kepercayaan pasien sehingga RSKGMP Unair dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pasiennya, hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan kepercayaan pasien.

Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Universitas Airlangga merupakan rumah sakit pendidikan profesi dokter gigi muda Universitas Airlangga yang telah menempuh Sarjana Kedokteran Gigi lulusan Universitas Airlangga, dengan adanya itu pasien yang datang kebanyakan adalah pasien yang dibawa oleh anak co-ass (tidak datang dengan inisiatif dan pilihan sendiri).

### **1.Hubungan promosi dengan kepercayaan**

Menurut Kopalle dan Lehmann, 1995 adalah sebagai sarana untuk membangun kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap produk, yaitu dengan membina hubungan erat antara produsen dengan konsumen melalui pendekatan strategi promosi yang tepat (Tajudin, 2017:24). Promosi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu jasa. Pengaruh promosi yang bagus dan dengan intensitas yang tinggi akan menjadikan konsumen mengenal dan ada rasa penasaran terhadap pelayanan jasa yang dipromosikan.

### **2.Hubungan kualitas pelayanan dengan kepercayaan pasien**

adalah untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik dimata pasien, maka setiap pihak rumah sakit harus mampu bekerjasama dengan pasien, artinya saling percaya. Dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pasien, maka akan menimbulkan kunjuangan ulang dari diri pasien itu sendiri atau pasien akan merasa

percaya. Kepercayaan pasien merupakan sebuah jenis refleksi emosional. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan jasa pelayanan yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. **(Stefanus, dalam Trisusanti, 2017:4)**

### **3. Teknik Pengukuran**

Untuk mengetahui tanggapan dari responden, teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert (5:4:3:2:1). Dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono, 2013:132). Skor jawaban responden terhadap promosi dan kualitas pelayanan terdiri dari sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik”.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga

### **2. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan yang berkunjung ke Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga pada tahun 2022.

### **3. Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang sekaligus dijadikan responden. Dan penulis hanya mengambil pasien rawat jalan sebagai dominan responden.

### **4. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner atau angket.

### **6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif.

### **7. Uji Instrument Data**

### Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah item-item yang di uji cobakan dapat digunakan untuk mengukur responden yang sebenarnya maka perlu adanya uji validitas. Menurut Suharsimi Arikunto, (2002 : 145) "Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen". Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang di inginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila data dari variabel yang diteliti secara tepat. .

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha*. Penentuan realibel atau tidaknya suatu instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r tabel nya. apabila nilai cronbach alpha > r tabel maka instrument penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar. Atau realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 (Riduwan & Sunarto,2007).

### Uji analisis data

Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang pertama uji analisis regresi linear sederhana dan uji analisis regresi linear berganda.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu, pertama Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Yang kedua Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individu pengaruh dari variabel bebas yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat, dan Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepercayaan pasien (Y).

## HASIL DAN DISKUSI

### 1. Hasil Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilihat dari jenis kelamin lebih didominasi oleh perempuan, untuk usia responden didominasi berusia 24-30 tahun. Setelah pengujian validitas maka terlihat bahwa semua instrument yang digunakan pada penelitian ini valid, selanjutnya pengujian reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan

bahwa jawaban responden atas pernyataan dari semua variabel yang digunakan adalah reliabel (dapat dipercaya).

Persamaan regresi dari hasil perhitungan statistik didapat sebagai berikut :

$$Y = 6,066 - 0,043 X_1 + 0,059 X_2$$

Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 6,066 penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu variabel promosi dan kualitas pelayanan, maka kepercayaan pasien tidak akan mengalami perubahan (konstan) yaitu sebesar 6,066.
- b. Nilai koefisien regresi  $X_1$  -0,430 mempunyai arti bahwa setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan variabel Promosi Kesehatan ( $X_1$ ), Maka akan ada penurunan kepercayaan pasien -0,430.
- c. Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,059 mempunyai arti bahwa setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), Maka akan ada kenaikan Kepercayaan Pasien sebesar 0,059.

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Promosi terhadap kepercayaan pasien Diketahui  $t_{hitung} = -0,570 < t_{tabel} = 1,684$ , dengan signifikansi =  $0,00 > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, yaitu variabel promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepercayaan pasien

- b. kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien

Diketahui  $t_{hitung} = 4,166 > t_{tabel} 1,684$ , dengan signifikansi =  $0,00 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yaitu variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepercayaan pasien.

Dari hasil pengujian hipotesis uji  $F_{hitung}$  menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 8,820 > F_{tabel} = 3,23$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, ini menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien.

Dari hasil pengujian koefisien determinasi berganda diperoleh  $R^2$  ( R Square) sebesar 0,273 atau 27,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien sebesar 27,3% sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 72,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini. faktor lain.

## 2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga. Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil sebagaimana yang diharapkan. Hasil analisis deskriptif pada variabel independen menunjukkan penilaian dalam kategori baik. Sementara, hasil analisis deskriptif pada variabel dependen menunjukkan penilaian pada kategori cukup baik, yang mana ini menunjukkan bahwa memang benar ada masalah pada variabel terikat yaitu kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga. Berikut ini pembahasan dari setiap tujuan penelitian:

### a. Hubungan Promosi terhadap kepercayaan pasien

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien.

### b. Hubungan kualitas pelayanan terhadap Kepercayaan pasien

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien. pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepercayaan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pasien untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pasien serta kebutuhan mereka. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh M.Iqbal Jatmiko (2018) dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Citra Dan Kepercayaan Pasien Rawat Inap Aulia Hospital. hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien Kasus Pasien Rawat Jalan RS Aulia Hospital.

Hubungan Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepercayaan Pasien Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pasien

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uraian pada bab-bab sebelumnya serta hasil dari penelitian yang dilakukan di Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah dilakukan penelitian terhadap variabel promosi pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga dapat diketahui bahwa secara keseluruhan sudah dapat dikatakan kondusif, dari dimensi periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat, menunjukkan hasil yang positif dan disetujui oleh responden secara garis besar promosi yang ada di Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga sudah dilaksanakan dengan baik.
2. Setelah dilakukan penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga dapat diketahui bahwa secara keseluruhan dapat dikatakan sudah efektif. Namun masih ada yang berada pada kategori skor terendah yaitu *Assurance*. Hal ini disebabkan karena kurangnya jaminan kepada pasien.
3. Setelah dilakukan penelitian terhadap variabel kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga dapat diketahui bahwa secara keseluruhan sudah dapat dikatakan optimal dari dimensi kemampuan
4. Hasil Uji t menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap kepercayaan pasien tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa promosi saat ini tidak meningkatkan kepercayaan pasien.
5. Hasil uji t menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien, maka keputusannya hipotesis diterima. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepercayaan pasien.
6. Hasil uji F menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga. Hal ini berarti semakin optimal promosi dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepercayaan pasien.

## Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat, selanjutnya penulis mencoba memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan kepada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga.

1. Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga dapat menciptakan promosi yang lebih baik lagi khususnya untuk beberapa responden yang menyatakan promosi dalam kategori rendah. Dalam hal ini sebaiknya Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga meningkatkan terhadap promosi berupa testimoni pasien setelah dilakukan perawatan dan diupdate berkala promosinya.

2. Pada variabel kualitas pelayanan pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga dimensi *Assurance* berada pada kategori terendah hal ini perlu diperhatikan lagi oleh Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga, sehingga pasien nantinya akan betah dan nyaman untuk berobat.
3. Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga perlu ditingkatkan lagi. Untuk itu Sebaiknya Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga lebih meningkatkan lagi integritas, sehingga kepercayaan pasien akan lebih terjaga.
4. Secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga, untuk itu pihak rumah sakit perlu memperhatikan dan menciptakan lagi promosi terkhusus pada kategori promosi tertentu contohnya diadakan testimoni pasien yang telah dirawat.
5. Dari hasil penelitian, secara simultan diketahui bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga.  
Untuk kedepannya agar kepercayaan pasien lebih meningkat ada baiknya Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga lebih meningkatkan lagi promosi dan kualitas pelayanan demi meningkatkan kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut Pendidikan Universitas Airlangga.

## REFERENSI

- Aryani, D. dan Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Membentuk Loyalitas Nasabah. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2): h; 114-126.
- Bob Sabran. ((2012:5) *menyatakan bahwa sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain;*
- Cateora & Graham. (2007). *Pemasaran Internasional*, Penerbit Salemba Empat,. Jakarta.
- Diana A, Tjiptono F. (2003). *Total Quality Management*. CV Andi Offset:Yogyakarta
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*.Yogyakarta: Andi Offset

- Freddy Rangkiti. (2008). *Measuring Customer Satisfaction.*, Jakarta:PT.Gramedia
- Gesperz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Goetsch, D.L & Davis, S. (1994). *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua*.Jurnal Manajemen UPH, Vol.2, No.1, hal.39-62.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Griffin, Jill. (2004). *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Alih Bahasa oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management*.Jilid 1.Edisi 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran.Erlangga. Jakarta
- Kotler P., Keller, K.L. (2009).*Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat &Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat.
- Lukman, Sampara,. (1999). *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press
- Masyhuri Machfudz. (2010). *Metodologi Riset: Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN-Maliki Press
- Nasution M. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*.Bogor: Ghalia Indonesia
- Padma, P., Rajendran, C. dan Lokachari, P.S. (2010). Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction in Indian Hospitals. Benchmarking: An International Journal, 17(6): h; 807-841.
- Ridwan & Sunarto. (2007). *Pengantar statistik*. Bandung : Alfabeta
- Sugiono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.

- Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan Ke Dua Belas. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suhartanto, D. dan Kusdiby, L. (2005). *Konsumen di Sektor Publik : Perspektif Bisnis, Usahawan*, No. 06 Th. XXXIV (Juni) : 29-35
- Setyorini, D. (2008). *Pengaruh Penanganan Keluhan Pelayanan Kesehatan terhadap Kepercayaan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan Senopati Kabupaten Bantul*. Retrieved January 22, 2013
- Thamrin dan Francis. (2013:2) *menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial*
- Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.